

В. А. Молчанов, Первый заместитель председателя правительства Свердловской области

Значение корпоративных СМИ для промышленного комплекса Свердловской области

Отечественная журналистика и уральская промышленность – почти ровесники. Многие сегодня и не вспомнят о том, что в первом номере газеты «Ведомости» сообщалось о поставках в русскую армию мортир и ядер с Каменского и Невьянского заводов. Петровская газета заложила основы освещения в периодической печати работы промышленности.

Активное развитие заводские средства массовой информации получили в 20–30-е годы прошлого века, когда в СССР шла индустриализация, строились фабрики и комбинаты, открывались рудники. Многие газеты создавались во время строительства предприятия и на долгие годы становились пропагандистами всего хорошего, нового, заряжали людей оптимизмом, давали установки на созидательный труд.

Уже нет Советского Союза, многие заводы являются акционерными обществами. Однако заводские средства массовой информации совместно с предприятиями пережили непростые времена и сегодня активно развиваются. Их огромным преимуществом является то, что, сохранив лучшие традиции советской журналистики, коллективы сумели перестроить свою работу применительно к современным условиям. Поэтому суммарный выпуск многотиражек у нас в области превышает 150 тысяч экземпляров. Многие заводы и холдинги инвестируют значительные средства в развитие собственных СМИ: газет, телевидения, радио. Появление заводских электронных средств массовой информации – это вообще примета 90-х годов XX века. Надо отметить, что по техническому оснащению телестудии предприятий не уступают, а зачастую превосходят муниципальные и даже некоторые областные телеканалы.

Акционеры, руководители холдингов и компаний создали крупные объединения корпоративных СМИ на предприятиях: пресс-службы, управления, департаменты по связям с общественностью. Выпускаются корпоративные газеты. Например, «Уральская горно-металлургическая компания» выпускает газету «УГМК-Вести», а СУАЛ-Холдинг – «Алюминиевая вертикаль». И еще один примечательный факт. Если раньше

заводская пресса была кузницей кадров для городских, областных и даже центральных СМИ, то теперь ситуация кардинально изменилась. Работать в пресс-службах и средствах массовой информации металлургических, машиностроительных заводов становится престижно, а труд в корпоративных СМИ достойно оплачивается.

В условиях динамичного развития уральской промышленности перед корпоративными СМИ стоят новые цели. Президент России Владимир Путин поставил перед страной четкие и ясные задачи по удвоению ВВП. Благодаря активной промышленной политике губернатора Свердловской области Эдуарда Росселя, поддержке реального сектора экономики наш регион с задачей справится. Этому способствуют крупные инвестиции в металлургию и машиностроение. Многие предприятия реализуют крупные инвестиционные программы, направленные на обновление оборудования и внедрение современных технологий. Если говорить о предприятиях, то на Нижнетагильском металлургическом комбинате после завершения реконструкции доменной печи № 6 и пуска машины непрерывной разливки стали № 4 продолжается модернизация рельсобалочного и колесобандажного цехов, а также реконструкция домны № 5. Намечено полное закрытие мартеновского производства стали с заменой на современные способы ее выплавки.

Пуск 2-й очереди электролизного цеха на Уральском алюминиевом заводе с вводом дополнительно 84 электролизеров позволил увеличить выпуск первичного алюминия на 36 тыс. тонн в год. Общее количество электролизеров возросло на 162 единицы. Первого апреля 2005 года введен в эксплуатацию опытный участок электролизеров с обожженными анодами с уникальной для России и мировой практики энерго- и ресурсосберегающей технологией производства алюминия.

На Богословском алюминиевом заводе ведутся работы по реконструкции глиноземного и электролизного производств.

Одним из направлений деятельности комбината Уралэлектромедь по капитальному строительству является строительство цеха порошковой металлургии, что позволит обеспечить получение дополнительного объема производства 2 000 тонн изделий.

Среди стратегических программ – расширение производства универсального трактора и новых моделей грузовых вагонов с пробегом до 600 тыс. км на Уралвагонзаводе, серийное производство принципиально нового тягового электропривода с тиристорным управлением для горэлектротранспорта в ПО «Вектор» и не имеющие отечественных аналогов коммунальной машины МК-1500 на заводе имени Калинина, продолжение работ на Уральском заводе железнодорожного машино-

строения по глубокой модернизации действующего парка грузовых электровозов постоянного тока и разработке электровоза нового поколения, опытный образец которого будет готов к концу 2006 года.

Опыт развития отечественной экономики показал, что корпоративные СМИ оказывают влияние на повышение капитализации компаний, поэтому необходимо продолжать системное освещение деятельности предприятий, донести до каждого работника жизненную необходимость реализации промышленной политики губернатора и правительства Свердловской области.

Еще одной важной задачей СМИ промышленных предприятий является формирование корпоративной культуры бизнеса на принципах социального партнерства.

Сегодня идет процесс усиления социальной ориентированности российского бизнеса, поэтому без гармонизации отношений между работодателями и работниками, формирования у них общего видения перспектив развития компании невозможен дальнейший подъем отечественной экономики в целом. Эти тенденции нашли отражение в новом Трудовом кодексе РФ, нормативно закрепляющем принципы социального партнерства как основу трудовых отношений. Прошло восприятие человека труда как «винтика» производства. На большинстве предприятий действуют коллективные договоры, реализуются крупные социальные программы, находят поддержку молодежное и женское движения, физкультура и спорт. Все это способствует формированию благоприятного имиджа уральской промышленности. И корпоративные СМИ создают реальную альтернативу необъективной «заказной» информации, которая сегодня все же прорывается со страниц некоторых газет. В первую очередь нам необходимо изменить мировоззрение людей, их отношение к работе, культивировать патриотизм. В связи с этим у корпоративных СМИ есть широкое «поле» для формирования нового мировоззрения персонала – от рабочих до менеджеров высшего звена.

Министерство промышленности, энергетики и науки Свердловской области организует семинары-конференции корпоративных СМИ, где обсуждаются актуальные вопросы развития заводской прессы, взаимодействия с органами государственной власти, рассматриваются практические аспекты деятельности средств массовой информации, идет обмен опытом между руководителями пресс-служб и редакторами газет.

Все это очень важно еще и потому, что в Свердловской области, по сравнению с другими регионами, самая большая «плотность» средств

массовой информации. Заводские газеты, теле-, радиостудии занимают среди них достойное место. Промышленный комплекс Свердловской области готов к решению серьезных задач в условиях технического и технологического обновления производства с учетом социальной направленности бизнеса. И в этих условиях эффективная работа корпоративных СМИ будет важнейшим элементом, способствующим успешному развитию уральской индустрии.

Август 2005 г.